

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN REFERENSI  
KOMUNITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA CAFE  
NORDIC COFFEE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**Dwiki  
1112010159/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN REFERENSI KOMUNITAS TERHADAP  
MINAT BELI ULANG PA CAFE NORDIC COFFEE DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**DWIKI**

**1112010159 / FEB / EM**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur Pada tanggal : 12 Maret 2018

**Pembimbing  
Pembimbing Utama**



**Drs. Ec. Pandji Soegiono, SE.,MM**  
**SE.,MM**  
**NIP.196410231990031002**

**Tim Penguji :  
Ketua**



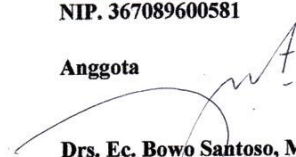
**Drs. Ec. Pandji Soegiono,**  
**NIP. 196410231990031002**

**Sekretaris**



**Ugy Soebiantoro, SE, MM**  
**NIP. 367089600581**

**Anggota**



**Drs. Ec. Bowo Santoso, MM**  
**NIP. 362079600571**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT**  
**NIP. 19590828 199003 1001**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan penulis kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN REFERENSI KOMUNITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG OADA CAFÉ NORDIC COFFEE SURABAYA”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta saran-saran dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto MP. Rektor UPN ‘Veteran’ Jawa Timur
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Kustini, Msi. selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Bapak Drs. Ec. Pandji Soegiono, SE.,MM selaku dosen pembimbing utama atas kesabaran dan kesediaan beliau memberikan motivasi, bimbingan, dan penarahan selama persiapan, pelaksanaan, hingga selesainya penulisan skripsi ini.

5. Staf dosen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai.
6. Staf TU Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan hingga akhir penulisan skripsi.
7. Cafe Nordic Coffee Surabaya yang memberikan kelengkapan data untuk menyusun skripsi ini.
8. Keluarga Besar Dwi Hendrata Bajuhardi yang telah memberikan dukungan moril maupun materil.
9. Kawan Hidup Penulis, Devi Sholecha Perdana Putri yang selalu memberi dukungan, bantuan yang sangat berarti bagi penulis serta setia mendampingi selama penulis menempuh perkuliahan hingga saat penulis skripsi ini selesai dengan baik.
10. Seluruh teman-teman, Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur Jurusan manajemen angkatan 2012 yang selalu memberikan doa, kebersamaan, bantuan dan dukungan.
11. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya pada Tuhan Yang Maha Esa kita kembalikan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa meridhoi dan dicatat sebagai ibadah di sisi-Nya, Aamiin.

Surabaya, Maret 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR LAMPIRAN .....	v
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	14
2.2.2 Atribut Produk .....	15
2.2.2.1 Pengertian Atribut Produk .....	15
2.2.2.2 Lingkup Atribut Produk .....	15
2.2.3 Referensi Komunitas .....	17
2.2.3.1 Pengertian Referensi Komunitas .....	17
2.2.3.2 Pengaruh-pengaruh Kelompok Referensi .....	18
2.2.3.3 Dimensi Kelompok Referensi .....	19
2.2.4 Minat Beli Ulang .....	19
2.2.4.1 Pengertian Minat Beli Ulang .....	19
2.2.5 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	21
2.2.6 Pengaruh Referensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang .....	22
2.4 Hipotesis .....	24

BAB III METODE PENELITIAN .....	25
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	25
3. 1.1 Pengukuran Variabel .....	27
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3. 2.1 Populasi .....	27
3. 2.2 Sampel .....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3. 3.1 Jenis Data .....	29
3. 3.2 Sumber Data .....	29
3. 3.3 Pengumpulan Data .....	30
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	31
3. 4.1 Teknik Analisis .....	31
3.4.1.1 Cara Kerja PLS .....	32
3.4.1.2 Model Spesifikasi PLS .....	33
3.4.1.3 Penduga PLS .....	33
3.4.1.4 Evaluasi PLS .....	34
3.4.1.5 Langkah-Langkah PLS .....	35
3.4.1.6 Asumsi PLS .....	48
3.4.1.7 Sample Size .....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	49
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	49
4.1.1 Sejarah Singkat Cafe .....	49
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden .....	50
4.2.2 Deskripsi Variabel Pengaruh Atribut Produk (X1) .....	51
4.2.3 Deskripsi Variabel Reverensi Komunitas (X2) .....	53
4.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang (Y) .....	55
4.3 Analisis Data .....	56

4.3.1 Evaluasi Outlier .....	56
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....	57
4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model) .....	56
4.3.2.2 Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model) .....	61
4.3.2.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural) .....	62
4.4 Pembahasan .....	64
4.4.1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	64
4.4.2 Pengaruh Referensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang .....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	67
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68



## **Pengaruh Atribut Produk dan Reverensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang Pada Café Nordic Coffee**

**Oleh :**

**Dwiki**

### **Abstraksi**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya bisnis usaha penyajian makanan dan minuman terutama dalam bentuk cafe di kota Surabaya yang mempegaruhi keputusan membeli yang menjadi minat beli konsumen. minat beli ulang yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian dan konsumsi. Berdasarkan data penjualan pada 2016 sampai 2017 menunjukkan bahwa penjualan Cafe Nordic Coffee mengalami penjualan fluktuatif. Oleh karena itu, ditemukan dua variabel yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen yaitu Atribut Produk dan Referensi Komunitas yang digunakan dalam penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Atribut Produk dan Referensi Komunitas berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Cafe Nordic Coffee. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Nordic Coffee yang melakukan pembelian beberapa kali di Nordic Coffee. Sampai pada penelitian ini sebanyak 55 responden dengan menggunakan *simple random sampling* yang kebetulan berada di Nordic Coffee. Analisis terhadap data yang diperoleh berupa anilisis kuantitatif dan kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara positif terhadap minat beli ulang dan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dan berpengaruh positif secara individual terhadap minat beli ulang. Dengan demikian, Atribut Produk dan Referensi Komunitas memiliki pengaruh positif.

**Kata kunci :** Minat Beli Ulang, Atribut Produk, Referensi Komunitas